

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Batasan Masalah .....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Susu Berperisa .....	9
2.2. Produk Minuman Siap Minum ( <i>Ready To Drink</i> ) .....	10
2.3. Perilaku Konsumen.....	11
2.4. Persepsi Konsumen.....	14
2.5. Perilaku Pembelian .....	15
2.6. Keterlibatan Konsumen .....	16
2.7. Perilaku Eksplorasi Konsumen .....	17
2.8. Merek .....	20
2.9. <i>Variety Seeking Tendency Scale</i> (VARSEEK) .....	21
2.10. Atribut Mutu .....	22
2.11. <i>Analysis of Variance</i> (ANOVA) .....	24
2.12. <i>Crosstab</i> .....	25

2.13. Analisis Faktor .....	26
2.14. Uji Kruskal-Wallis .....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
3.1. Pelaksanaan Penelitian .....	28
3.2. Objek Penelitian .....	28
3.3. Data yang Diperlukan .....	28
3.4. Populasi dan Sampel .....	29
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	30
3.6. Tahapan Penelitian .....	31
3.6.1 Studi Pendahuluan .....	31
3.6.2 Perumusan Masalah .....	32
3.6.3 Penentuan Batasan Masalah .....	33
3.6.4 Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	33
3.6.5 Studi Pustaka dan Literatur .....	33
3.6.6 Penentuan Variabel Penelitian .....	34
3.6.7 Penyusunan Kuesioner .....	34
3.7. Pengolahan dan Analisis Data .....	37
3.7.1. Pengujian Instrumen .....	37
3.7.2. Pengambilan Data .....	37
3.7.3. Analisis Keterlibatan Konsumen dengan Metode Zaickhowsky .....	38
3.7.4. Pengolahan Data Beda Merek menggunakan ANOVA ( <i>Analysis of Variance</i> ) Satu Arah .....	38
3.7.5. Analisis Tipe Perilaku Konsumen .....	40
3.7.6. Analisis Perilaku Eksplorasi Konsumen menggunakan Skala VARSEEK .....	40
3.7.7. Analisis Perilaku Eksplorasi Konsumen menggunakan ANOVA ( <i>Analysis of Varians</i> ) Dua Arah .....	41
3.7.8. Analisis <i>Crosstab</i> .....	43
3.7.9. Analisis Faktor .....	43
3.7.10. Uji Kruskal-Wallis .....	44
3.8. Diagram Alir Penelitian .....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
4.1. Karakteristik Responden .....	47
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
4.3. Keterlibatan Konsumen( <i>Consumer Involvement</i> ) dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Susu Berperisa Siap Minum di Kota Yogyakarta ..	54
4.4. Perbedaan Antar Merek ( <i>Differentes Among Brands</i> ) Susu Berperisa Siap Minum Menurut Konsumen di Kota Yogyakarta .....	58
4.5. Tipe Perilaku Konsumen Terhadap Produk Susu Berperisa Siap Minum ..	60
4.6. Analisis Perilaku Eksplorasi Konsumen Susu Berperisa Siap Minum .....	62
4.7. Analisis Pertimbangan Konsumen Usia Dewasa Muda terhadap Atribut Mutu Susu Berperisa Siap Minum di Kota Yogyakarta.....	68
4.8. Analisis Faktor Atribut Mutu Susu Berperisa Siap Minum .....	79
4.9. Analisis Perbedaan Atribut Mutu Lima Merek Susu Berperisa Siap Minum .....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	95